

“¿VAMOS AL CINE?”

Carlos Alvarez
Sergio Cabrera
Carlos Duplat
Camila Loboguerrero

“Bueno... pero ¿qué están dando?”. Dos preguntas que apuntan a uno de los consumos culturales más complejos de nuestro tiempo y que en nuestro caso involucran, de modo implícito, lo que como nacionales hacemos o dejamos de hacer en ese campo. En realidad, el peso del cine colombiano en ese par de interrogantes es casi inexistente. El cine nacional es, aún hoy, el azaroso anhelo de unas cuantas individualidades dispersas para cuya obra no existe el estímulo —comercial, legal— que como producto cultural y de masas debería tener. Para tratar de evaluar un poco los posibles factores que contribuyen al crónico estado embrionario del cine colombiano, **ANÁLISIS POLITICO** ha reunido a cuatro realizadores bien conocidos en el medio: Carlos Alvarez, Sergio Cabrera, Carlos Duplat, Camila Loboguerrero.

ANÁLISIS POLITICO: Méjico, Brasil, Argentina y Venezuela tienen un cine nacional en términos de una industria y una temática propias. No podemos decir lo mismo de Colombia. ¿Según ustedes, a qué se debe esto?

CARLOS ALVAREZ: Efectivamente en Colombia no ha logrado desarrollarse una producción cinematográfica que en estrechos términos industriales implica el largometraje de ficción. En los últimos 30 años hubo períodos activos que despertaron buenas ilusiones, pero por diversas razones, no se estabilizó esta producción. La comparación de la esterilidad colombiana frente a los cines mexicano, brasileño y argentino se explica por las mejores condiciones económicas de esos tres países desde la década del 30 cuando comienza su producción industrial. El caso venezolano es diferente, surgido apenas en la década del 70, pero finalmente es la riqueza petrolera la que facilita el proceso. En el presente, para consuelo de los cineastas nacionales, una fuerte crisis de improductividad golpea duramente a toda Latinoamérica, notándose más en esos tres países que tuvieron apreciable actividad cine-

matográfica. Aceptando limitar la producción cinematográfica al largometraje argumental (y desconociendo al cine documental, publicitario, periodístico, etc.), éste es el más condicionado por las reglas del libre mercado en la etapa que completa el círculo económico: la exhibición. Sin extenderse en otros detalles, creo que es en la exhibición donde está el principal cuello de botella del cine colombiano y latinoamericano. En las últimas tres décadas la producción internacional ha ido controlando férreamente todos los mercados dejando sin espacio cualquier cine realizado al margen de la todopoderosa empresa multinacional.

CARLOS DUPLAT: Tres, creo yo, son las razones por las cuales no existe esa industria cinematográfica colombiana con una temática propias. La primera, la encontramos en el hecho de que los realizadores, más preocupados por “el cine” en sí, se han desinteresado en el desarrollo de un cine para un público propio. Más interesados en las “temáticas universales”, han desconocido que para que exista un cine nacional, debe existir un público nacional que quiera verlo.

Salvo en contadas excepciones, el cine nuestro no ha podido meterse en el corazón, en los sueños, en los amores y odios, en la cultura del pueblo colombiano que, yo creo, es el que, en últimas, puede fundamentar su existencia. La búsqueda de una realidad propia se ha reducido a ciertas temáticas, llamémoslas bucólicas, de añoranza de un pasado campesino y pueblerino, desconociendo que, hace rato, nuestro país dejó de ser agrario para convertirse en un país urbano. Las pasiones, gustos y problemáticas han cambiado y se han desarrollado en sentidos nuevos, hecho que no se refleja en la escasa cinematografía nacional (como no se refleja, tampoco, en el teatro, la danza, la literatura ni la música). A este hecho, debemos sumar el de una apabullante dependencia cultural que ha invadido nuestros medios masivos así como el teatro y las artes plásticas. Con el corazón puesto en el Norte o en Europa, nuestros realizadores se han esforzado, más en conquistar esos públicos foráneos que en meterse en el alma de ese público colombiano, ansioso de ver sus sueños y pasiones, alegrías y desesperanzas, reflejados en las pantallas nacionales.

CAMILA LOBOGUERRERO: Pero es que se está asumiendo que en esos países existe una industria nacional del cine y eso tiene sus matices. Veamos. En sentido estricto, sólo podemos hablar de industria cinematográfica en Argentina y México, donde existe al menos desde la década de los 40. En Argentina, con el Instituto Nacional de Cinematografía, que otorga créditos blandos, una producción de 18 largometrajes al año, un aceptable nivel de calidad, un mercado interno que responde y una presencia activa en mercados y festivales internacionales. En México, a través de Conacine, ayuda estatal, con créditos blandos y una producción promedio de 15 largos al año de un cine de calidad, a lo que se suma el cine realizado por productoras privadas, que realizan cerca de 40 comerciales al año, y al igual que Argentina, presentes en mercados internacionales, especialmente en el chicano en Norteamérica. Y el único que tuvo una distribuidora a nivel latinoamericano (Pelmex).

Las industrias de Venezuela y Brasil son más endebles. En Brasil, durante la existencia de Embrafilme, se producían de 70 a 100 largos

anuales; lo que se creía una industria próspera con un mercado inmenso, se vino al suelo al desaparecer Embrafilme, en la administración Collor de Mello. Actualmente se ruedan 3 ó 4 largos al año. En Venezuela pasa algo similar: Foncine, que financiaba y daba estímulos y hasta el 90 producía un promedio anual de 10 películas, en la actualidad sólo se filman 3, todas en coproducción, pues Foncine afronta una crisis económica y no existen capitales privados, interesados. Las cinematografías de Brasil y Venezuela, al igual que la colombiana, financieramente sólo existen como voluntad del Estado, y si éste falla, el cine desaparece. No hay productores privados pues no hay recuperación económica de su inversión en el mercado. Así no hay industria. Las causas son: un mercado pequeño, una boleta muy barata, ninguna venta en el extranjero.

En el caso colombiano Focine no ha podido estimular la creación de una industria porque carece de estrategias; cada gerente, de los 17 que han pasado en 12 años, diseña a su antojo las políticas de fomento, sin ninguna coherencia. Se ha ido al tanteo, ensayando todos los sistemas posibles: préstamos con garantías, sin garantías, administración delegada, producción directa de Focine. Las películas nunca recuperan la inversión. Primero se dedujo alegremente que los cineastas se robaban el dinero. El Estado resolvió producir directamente y las películas salieron más costosas, y tampoco se recuperó la inversión.

SERGIO CABRERA: Sí, esa pregunta hay que matizarla. Con una boleta que vale menos de un dólar, y con 35 millones de habitantes, Colombia es el típico país donde no debía existir cine. Pero una cosa es el mercado y otra la cultura: Colombia debería tener cine por orgullo nacional, para la memoria visual, para su patrimonio cultural. Es una dualidad complicada, que sólo se resolvería con el apoyo decidido del Estado. Sin embargo, este apoyo ha sido escaso, esporádico, transitorio, e insuficiente para que el cine nacional germine como industria; no hay condiciones para convertirlo en un negocio. Un Estado tan proteccionista como el colombiano no se preocupó por proteger el cine. Por ejemplo, antes de la reducción de aranceles a raíz de la apertura económica —hace unos meses— era más barato traer una lata de película fil-

mada que una película virgen. Es como si fuera más caro importar papel en blanco que impreso.

De otra parte, es cuestionable que esos cuatro países tengan industria y temática propias. El cine de Colombia a pesar de su escasez, tiene temática propia, y de allí se deriva su relativo éxito internacional. En un país que no se puede librar del fantasma de la violencia, la preocupación por enfrentar este tema se convierte en una constante. Cualquier artista, pinta, escribe o filma sobre la violencia... ¿será que no es suficiente temática propia?

Los críticos en Estados Unidos distinguen mucho el cine colombiano frente al de otros países porque lo produce el Estado, y no el sector privado. Y se distingue porque el director no se preocupa tanto por el público. En alguna medida es un cine similar al de los países socialistas, donde con dineros oficiales se hace cine atacando conceptos que el Estado preferiría defender. Es el caso de "Cóncores no entierran todos los días", de "Rodrigo D No futuro", o de "Técnicas de duelo".

Pero bueno, una de las razones de la inexistencia de industria cinematográfica nacional, fue que hubo una importante corriente de cine mudo, pero éste no resistió el tránsito al sonoro. Requería una inversión y el Estado no la asumió como ocurrió en países que hoy tienen alguna industria. Cuando renació el cine nacional, los distribuidores y exhibidores ya se habían repartido el negocio, sin que surgieran productores. Es el clásico círculo vicioso: el cine no es negocio porque no hay productores y no hay productores porque no es un buen negocio.

ANÁLISIS POLÍTICO: Carlos Duplat estaba dando tres razones...

CARLOS DUPLAT: Y voy con la segunda. En segundo término, creo que uno de los grandes responsables de que no exista ese cine nacional, es la llamada industria cinematográfica colombiana que es, tan solo, la expresión final de la industria cinematográfica extranjera y, como tal, se ha dedicado, tan solo, a distribuir el cine de sus casas matrices, ya sean las americanas o las mejicanas, colaborando así a crear una industria débil y totalmente dependiente y

a desarrollar una deformación en el gusto del público criollo. Rara vez, esas empresas distribuidoras se han comprometido con la realización y distribución de un cine nacional. En las pocas veces que lo ha hecho, ha sido para apoyar y enriquecerse con los cortos de sobreprecio, que les permita pagar precios ridículos por cortometrajes pésimos que, al proyectarlos, les han reportado enormes ganancias, al mismo tiempo que han llegado a crear, en nuestro público que es obligado a verlos, el rechazo del cine nacional.

En tercer lugar, el Estado, que no ha tomado una actitud dinámica ni de apoyo real a esa industria que, en últimas, es la industria de la memoria y la cultura nacionales. Existe un ente oficial, Focine, creado para tal fin, que es totalmente inoperante y burocratizado, que en los últimos diez años, por ejemplo, ha impulsado la realización de escasas diez películas nacionales, la mitad de las cuales no han podido ser vistas por el público colombiano.

CAMILA LOBOGUERRERO: Yo también pienso, como Sergio Cabrera, que el cine colombiano sí tiene temática propia. Pongámonos de acuerdo: no es lo mismo una temática propia que una temática típica, que en Argentina serían los tangos, en Brasil el carnaval, en México los charros y en Venezuela los policíacos; en ese caso, Colombia no tiene un cliché que la identifique. Pero otra cosa es decir que la temática del cine colombiano no es propia. ¿No es colombianísima acaso, la violencia urbana de "Rodrigo D", de "Amar y vivir" o de "Ajuste de cuentas"? ¿O la violencia de los movimientos sociales y políticos de "Cóncores no entierran todos los días", "María Cano" o "Confesión a Laura"? Y los conflictos ingenuos de "La boda del acordeonista", "El embajador de la India", "Visa USA" o "Técnicas de duelo" ¿no son fiel expresión de una Colombia provinciana? ¿Y no es temática propia la de "Tiempo de morir" o "Milagro en Roma" de nuestro Nobel?

Estas películas constituyen más de la mitad de la producción total de la década de los ochenta.

ANÁLISIS POLÍTICO: Profundicemos un poco lo de la temática. Uno podría pensar que hay que hacer primero cine comercial, sin mayores exigencias de fondo, para después hacer un cine

de contenido, con un mayor compromiso con la realidad nacional. Pero a la postre, por lo menos en Colombia, no se hace ni lo uno, ni lo otro...

CAMILA LOBOGUERRERO: El viejo maniqueísmo: cine comercial versus cine comprometido con la realidad. Con las únicas películas del año anterior, “Amar y vivir” y “Rodrigo D”, ambas comprometidas con la dolorosa realidad nacional, vemos que su éxito de público no es suficiente, pues no son viables económicamente. Perder 70 o 40 millones no es una perspectiva halagadora para ningún empresario.

Alabada por la crítica nacional “Rodrigo D”, y vituperada “Amar y vivir”, ambas tuvieron una gran acogida de público. 300 mil espectadores de la primera, es un número apreciable, cuando sabemos que el promedio de espectadores por película en Colombia es de 100 mil (se estrenan 500 títulos al año, y el número total de espectadores por año es de 50 millones). Pero es que las cuentas son simples: por cada 100 mil espectadores, el productor recibe por taquilla, 12 millones; y en este momento, es imposible hacer un largo por menos de 100 millones de pesos.

Pero la disyuntiva planteada entre cine comercial o cine comprometido, me parece que desconoce el gusto del público de hoy; porque las grandes audiencias no están interesadas en películas críticas, ni de compromiso ni de análisis. Si las cintas mencionadas fueron éxito de taquilla, ello se debe fundamentalmente a las dosis de violencia morbosa que ellas implicaban, violencia a la cual, durante este último decenio, han acostumbrado al público los exhibidores nacionales y los productores norteamericanos; ese público que necesita el cine para consolidarse, pues es quien lo paga; más en un sistema que diariamente desmantela el apoyo estatal a las manifestaciones artísticas y culturales. Por las pantallas nacionales desfilan los Rambos, los Terminators, las moscas asesinas; atacar el escaso cine nacional es miope, cuando el reto es el de llegarle a un público alineado y embrutecido por el peor cine de la historia.

CARLOS DUPLAT: Yo creo que esa disyuntiva “cine comercial vs. cine de contenido”, solo es cierta, si pensamos en que el cine comercial es el que sólo busca tocar las pasiones más bajas y los

gustos más atrasados para llegar al bolsillo del público. Pero yo creo que, en el fondo, esa disyuntiva es falsa, pues por el hecho de que una película tenga una buena audiencia y el público asista a verla y pague por ello, es decir, por el hecho de que sea rentable (o comercial), no debe considerarse que es un subproducto cultural mancillado por el mercantilismo. Así como también es equivocada la posición de que el buen cine, el cine de contenido, es “galardonado” con la ausencia del público.

Yo pienso, como el gran director de cine polaco Andrés Wadja, que el público premia las películas que le llegan, que le tocan su sensibilidad, que lo emocionan yendo a verlas, apoyándolas con su presencia. Ese hecho, se traduce en buena taquilla y, por lo tanto, en rentabilidad.

Se podría argüir que el público, como es inculto, sólo va a ver lo rastrero, lo de baja calidad, lo morboso, lo violento; que el gran público sólo consume basura. Pero mi experiencia me demuestra que nuestro público no es insensible ni burdo ni elemental. El público nuestro es un público bueno, maduro y apasionado que disfruta las cosas propias que le tocan sus fibras, lo que le habla de sus cosas, lo que se pone acorde con su vida. Esta afirmación la baso en observar el enorme éxito de series como “El Chinche” en su primera etapa, “Amar y vivir”, la serie y la película “Rodrigo D”, y muchas otras realizaciones nacionales que han podido enfrentarse, con enorme éxito, a grandes producciones gringas, captando la atención y los afectos de nuestro público.

Yo no creo que el problema esté en profundizar esa disyuntiva. Yo creo que el problema está en entroncarse en la realidad nuestra, con la complejidad y riqueza que nos da esa vida que brota, feroz y apasionadamente, en todas las esquinas de este país. El problema, creo que, realmente, está en un Estado y unos industriales nacionales que no creen en este país y que prefieren desarrollar la industria del consumo de alimentos en las salas de cine, antes que comprometerse en el desarrollo de una industria cinematográfica nacional para un público nacional.

SERGIO CABRERA: Ante todo, hay que hacer cine, cualquier cine: bienvenido el comercial, la

comedia chabacana, el cine erótico y hasta el porno. A este nivel lo importante es ser auténtico. Unos manejarán los temas nacionales, otros los locales y otros las comedias. Lo fundamental es la autenticidad. Si se hace cine, más temprano que tarde surgirán las películas comprometidas y las de calidad. Si se hace mucho cine, a la larga habrá calidad. Preo no se puede dar una fórmula: el cine empieza así o así. El cine debe surgir como lo sienten los productores y los directores. Sólo los países socialistas se trazan directrices sobre el tipo de cine que se puede hacer.

El cine debe presentar lo que otros medios —en especial la televisión— no logran, no quieren o no pueden mostrar. En Colombia se han hecho intentos comerciales, como "Padre por accidente", y de cine comprometido, como "Rodrigo D". Y han funcionado en su momento. Es probable que la verdadera fuerza de un cine nacional se encuentre en una mezcla de los dos ingredientes, de manera que le interese al productor y al público.

Cada director o cada productor debe hacer el cine que le dé la gana. Hay fórmulas, pero no deberían existir. Lo propio es que cada director haga el cine con el que mejor se sienta y ojalá sea comercial, porque una película sólo existe cuando el público la ve, mientras tanto es un montón de plástico guardado en una lata. Es fácil proponer que se arranque por el cine comercial, ¿pero cuál es? Por ejemplo, fue más comercial "Rodrigo D" que "Técnicas de duelo", y se creía que sería al revés... Entonces no hay una fórmula a seguir.

CARLOS ALVAREZ: Esta pregunta recoge una de las soluciones mágicas, que desde hace por lo menos 25 años ha justificado la improvisación profesional —técnica y artística—, el irrespeto intelectual por el espectador y las limitadísimas aspiraciones de los productores-directores nacionales. Y es que no es el aspecto temático el factor más importante para el éxito comercial de una película, y la "calidad" de buena parte del cine colombiano es por lo menos igual al de la mitad extranjera que atrae grandes públicos. Se ha creído que la competencia por el mercado se puede ganar copiando ese estilo triunfante de cine internacional y tampoco el público local ha respondido...

Para el futuro, un futuro muy difícil, debería intentarse el camino opuesto: un cine de alta calificación técnica, y culturalmente respetuoso del espectador nacional, temática y culturalmente.

ANÁLISIS POLÍTICO: Esta pregunta va a ser, seguramente, tan polémica como las anteriores. Hablemos un poco sobre el cine y la televisión. O la televisión contra el cine, como opinan algunos. Y es que si en Italia, por ejemplo, los directores llegan a la televisión porque el cine se está acabando, aquí los vemos en la pantalla chica porque el cine no ha comenzado. De todos modos la televisión parece ser un patrono sin muchos escrúpulos estéticos: somete a los creadores al rasero común de la improvisación, las exigencias de rentabilidad inmediata y los condicionamientos de la pauta comercial. ¿Quieren opinar sobre esto?

CARLOS DUPLAT: Creo que es un análisis simplista del problema. Esa afirmación es válida en la medida en que el realizador, falto de criterios, falto de una visión creativa de la realidad nacional y supeditado a esquemas facilistas, se quede prisionero de las exigencias elementales y estrecheces de mira de esos mercaderes de la cultura que son la mayoría de los programadores colombianos.

En 1600, en los teatros londinenses, las demandas de los empresarios ingleses, eran semejantes a las de los empresarios de la televisión criolla: alta rentabilidad, en una industria del espectáculo que se apoyaba en las pasiones y gustos de la naciente burguesía. Pero esa dinámica de los teatros, produjo obras maestras, apasionadas y hermosas, como las de Shakespeare y produjo, también, babosadas ramplo-nas equiparables con las producciones del actual Jorge Barón. Otro tanto podemos decir de la industria cinematográfica gringa, la más ferozmente capitalista, que así como produce el ciudadano Kane, produce también, Rambo I, Rambo II, Rambo III y miles más de adefesios de la cultura moderna.

SERGIO CABRERA: Sí, pero es que, además, hoy en día no existe esa división tajante entre cine y televisión, por el contrario, se complementan. La diferencia está más bien en el público. En el cine lo tienes cautivo, amarrado a la silla, y uno

se puede dar el lujo de aburrir durante un minuto para crear el ambiente. En televisión, el espectador está libre en su casa y si no lo mantienes atento a cada instante, cambia de canal a ver qué ocurre en otros programas.

No creo que el asunto sea el medio. Así como hay películas que se hacen para ganar prestigio, hay las que se hacen sólo para ganar dinero. En la televisión ocurre lo mismo y por supuesto uno quisiera que sólo le tocara dirigir los proyectos de calidad.

Hoy, el público está más en la televisión que en el cine. La gente va al cine a ver lo que la televisión no puede mostrar por censura política o moral. El cine había muerto y revivió gracias a la televisión. En Europa, el cine se hace para televisión y su renacimiento se debe a la televisión que lo paga. El problema del cine no es tanto donde se ve sino quien lo paga. Además existe una tendencia a mejorar la calidad de la televisión. De hecho, en Colombia donde se compite con las producciones extranjeras es en la televisión.

Sobre el afán en la televisión, hay que anotar que no es propio de este medio, por el contrario, es tomado del cine. En el cine mundial se trabaja contra reloj, porque es una industria que no permite perder tiempo ni dinero. Lo extraño es que en Colombia no sigamos esos parámetros. En México las películas se hacen en una semana, o sea, se maneja el cine como la televisión.

CARLOS DUPLAT: Porque no se puede olvidar una cosa muy sencilla... y es que el capital exige rentabilidad, no sólo a la televisión, sino al cine. No existe, en el planeta, un inversionista altruista que invierta 200 o más millones de pesos (eso es lo que cuesta una película colombiana) y no busque, aunque sea, recuperar su inversión. Y los patronos que manejan esas cifras, ya sean en el terreno del cine o en el de la televisión, están movidos por la misma ausencia de escrúpulos estéticos y, más bien, motivados por el de la rentabilidad capitalista. Los productores, tanto de cine, como los de televisión, patrocinan estos medios, no para hacer arte, sino para hacer dinero. Frente a este hecho, ¿qué le queda al artista consciente, sensible frente a la realidad nacional? ¿Darle la

espalda a este hecho y dejar que los mercachifles hagan y deshagan, como les dé la gana, con medios tan poderosos como son el cine y la televisión? ¿O debe meterse de lleno a enfrentar y resolver el dilema de hacer buen cine y buena televisión dentro de ese mercado capitalista? Yo creo que el creador conciente, dinámico, metido en una realidad viva, cambiante y rica, debe servirse de cualquier medio para expresarse. Y más aún, de un medio tan rico, tan dinámico y poderoso, como es la televisión, el medio de la segunda mitad del siglo XX.

Ahora, queda una gran pregunta por resolver: ¿cómo hacer para que el creador, en la televisión, pueda crear sin quedar sometido al rasero de la improvisación, de las exigencias de la rentabilidad inmediata y los condicionamientos de la pauta comercial? Creo que, esa pregunta, la debe resolver el artista, haciendo televisión.

SERGIO CABRERA: Es cierto. De todos modos y en cuanto al problema estético, éste se da tanto en el cine como en la televisión. Los productores en ninguno de los dos terrenos defienden los principios estéticos, más bien son los directores quienes luchan por defenderlos. Lo mismo ocurre en la televisión. No creo que tenga sentido pelear contra el monstruo de la televisión argumentando que es mejor un cine que no existe porque fue imposible desarrollarlo como industria.

CAMILA LOBOGUERRERO: Si bien son ciertos todos los inconvenientes que ustedes le anotan a la televisión: patronos sin escrúpulos estéticos, improvisación, rentabilidad inmediata, hay también que reconocer que la televisión es realmente el medio que le lleva a la gente, y que en los últimos años y poco a poco, la televisión se ha abierto a experiencias de mayor calidad, tales como “Azúcar”, “La casa de las dos palmas”, “Victorinos”, “Castigo divino”, “Escalona”, etc. Es pues un medio de expresión interesante para un cineasta, a pesar de todas sus limitaciones. Pero el problema de fondo sigue siendo el mismo que el del cine: es el de conquistar espacios para una expresión auténtica social, dramática y estética.

CARLOS ALVAREZ: La televisión se convirtió en el último refugio de los viejos directores de cine,

pero puede ser un refugio muy valioso. La televisión es una maquinaria que consume incesantemente todo tipo de imágenes, implicando en estas economías subdesarrolladas una producción rápida, barata, descuidada y elementalmente efectiva. Contra las reglas de empresas productoras, es factible y casi imprescindible que los cineastas hagan respetar criterios de realización traídos del cine (sobre todo mayor tiempo de trabajo) que se traducirán en calidad. La televisión colombiana ya tiene ejemplos apreciables de buen ejercicio audiovisual.

